

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 004

М. А. Бережная

ДОМИНАНТЫ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ТЕКСТА В АСПЕКТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТВ-ДИСКУРСОВ

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

В статье обосновывается возможность применения метода эмоционально-смысловых доминант при анализе аудиовизуального текста, а именно телевизионных сообщений, в аспекте формирования дискурсов. Компрессионность телевизионных текстов в условиях фонового восприятия информации определяет необходимость исследовать ключевые слова сообщений, которые в аудиовизуальном варианте презентации предстают в виде интермедийных доминант. Именно они определяют смысл текста и его понимание аудиторией. Выявление таких доминант позволит расширить творческую палитру приемов подачи информации и фиксировать технологии формирования ТВ-дискурсов. Библиогр. 28 назв.

Ключевые слова: телевизионный текст, эмоционально-смысловая доминанта, дискурс, выразительные средства ТВ.

DOMINANTS OF AUDIOVISUAL TEXT IN THE ASPECT OF TV DISCOURSES RESEARCH

M. A. Berezhnaia

Saint Petersburg State University, 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article proves the possibility of using the method of an emotional and semantic dominant in the analysis of audiovisual texts, namely television news in the aspect of discourses forming. Modern “by-the-way” perception of compression television texts determines the need to investigate the key-words of messages that in the audiovisual version of the presentation appear as complex intermedia dominants. They define the meaning of the text and its understanding by the audience. Identification of such key moments will expand the palette of creative methods of presenting information and reveal the ways of creation of TV discourses. Refs 28.

Keywords: television test, emotional & semantic dominant, discourse, TV creative methods.

Телевизионный текст: проблемы методики исследования

Факторы и механизмы актуализации смыслов привлекают сегодня и исследователей, и практиков медиа: в условиях острой конкуренции и транзитивных процессов в сфере потребления контента аспекты привлечения аудитории и взаимодействия с ней определяют успешность функционирования средств массовой информации. Актуализация смыслов, способствующая взаимопониманию сто-

рон информационного процесса, с одной стороны, обеспечивает эффективную коммуникацию, с другой — может делать заметной коммуникативную интенцию, а следом и дискурсивную заданность медиатекстов. А. А. Негрышев отмечает, что языковая игра, популярная в современных медиатекстах, реализует ряд «внеконвенциональных» интенций, скрытых от получателя, но прагматически значимых для медиатора (поддержание рейтинга издания, формирование общественного мнения, внедрение заданных оценок и установок и т. д. [Негрышев, с. 96]. Исследование производства и потребления информации на основе большого массива медиатекстов позволит не только выявлять приемы подачи, характерные для отдельного материала, журналиста, канала, издания, жанра, но определять устойчивые смысловые тренды, дискурсы, актуальные для определенных тем, феноменов, проблем. Поэтому изучение дискурсивных практик современных медиа связано и с описанием приемов такой актуализации, и с поиском методик их выявления, что дает возможность как расширять творческую и коммуникативную палитру презентации смыслов, так и фиксировать технологии формирования дискурсов и обнаруживать их для аудитории.

Наиболее актуальным исследование данных процессов представляется для аудиовизуального контента, а именно для телевизионных текстов, в силу комплексного воздействия выразительных средств и фонового потребления информации. ТВ является в условиях современного медиаландшафта наиболее сильным фактором формирования смыслового поля социума. По данным «Левада-центра», ТВ — главный источник информации и для тех, кто ему доверяет (для 92% этой группы), и для тех, кто ему не доверяет (для 88% соответственно). Действие данного фактора подтвердила, в частности, кампания освещения событий в Крыму и на Украине: чем дольше они освещались по ТВ, тем меньше сомнений в объективности показанных сюжетов оставалось у россиян. По результатам опроса в мае 2014 г., общественное мнение стабилизировалось, достигнув максимального уровня доверия к федеральным СМИ — 70%) [Российский медиаландшафт].

Современное телевидение активно использует все новые выразительные ресурсы, чтобы удержать внимание зрителей, — информация становится проще, ярче, динамичнее, разнообразнее, но именно поэтому не способствует аналитическому восприятию сообщений. Вместе с тем, именно телевидение способно создавать информационный фон, способствующий формированию эмоционального отношения к явлениям и событиям. Повторяемость и визуализация информации создают некий фильтр восприятия окружающей действительности, который вычленяет для человека явления и события окружающей жизни, делая их, таким образом, значимыми, заставляя обдумывать их («повестка дня»). Отечественные и зарубежные исследователи отмечают участие в формировании дискурса как вербальных, так и паралингвистических речевых средств (интонация, мимика, жесты, и т. д.) [Арутюнова; Дейк Т. ванн; Матисон]. Подчеркнем: в самой идее о синергетическом воздействии аудиовизуального текста, безусловно, нет ничего нового, однако описательные подходы в исследованиях этого воздействия не отвечают реальной коммуникативной ситуации презентации и потребления информации. Анализ медиатекстов опирается преимущественно на лексический уровень материалов [Гуковская; Евстафьева], используется метод упоминания персон, событий [Новикова, 2013], аудиовизуальный ряд при этом описывается отдельно и редко сам подвергается

контент-анализу. В последние годы появляются отдельные исследования, учитывающие комплексное воздействие аудиовизуального сообщения. Так, А. В. Маркова, рассматривая речевую палитру диалогов семейных ситкомов, использует текстовую категорию коммуникативных регистров Г. А. Золотовой, в частности волюнтивный регистр, который организует разговорные тексты в передаче интонации, мелодики устной речи [Маркова, с. 111]. Н. В. Суленева исследует синергию телевизионного текста на примере режиссерских интерпретаций литературно-художественных произведений: «печатный текст не может отобразить фонетическую многомерность текста... режиссерское изучение ритмики интонации и звукописи позволяет судить о предметах и явлениях в тексте с точки зрения смыслов звучащей речи» [Суленева, 2010, с. 35]. Раскрывая процесс перекодировки литературного произведения, автор вводит понятие дискурсивного чтения и фиксирует формирование дискурса с использованием комплекса выразительных средств ТВ — его интермедийного языка [Суленева, 2007]. Стоит упомянуть и методику автора данной статьи, предложенную для анализа социальной информации и апробированную на примере телевизионных текстов разных жанров [Бережная]; она направлена на выявление смысловых акцентов текста с использованием таких характеристик, как *направление* информации (восходящее и нисходящее), а также *уровни* информации (микро-, мезо-, макроуровень). Формируемая в результате информационная кривая соотносится с самым общим представлением о дискурсе (проблемном, позитивном и т. д.) или о смысловых доминантах в той или иной тематической нише. Интерес представляют комплексные исследования, реализованные в 2007 г. на базе ГУ-ВШЭ, — проект «Обыденные телекритики» (проводился совместно с фондом «Общественное мнение») и «Контент-анализ телевизионного эфира федеральных российских каналов» (проводился в сотрудничестве с компанией ГФК «Русь»), в ходе которых для оценки контента и его восприятия зрителями использовались методы электронных фокус-групп, дискуссионных фокус-группы (с модератором), личные интервью, онлайн-дискуссии, контент-анализ [Российское телевидение...]. Уникальная методика комплексного анализа контента была использована в Российско-шведском проекте “Media discourses on material and ethnic gaps. A comparative study in St Petersburg and Stockholm Material and Ethnic Gaps”. [Бережная, Корконосенко]. К сожалению, подобные исследования немногочисленны, и методики изучения технологий формирования дискурсов средствами аудиовизуальной информации пока не получили должного развития и закрепления в исследовательской практике. Эти примеры лишь подчеркивают преимущественно авторский и «проектный» подход к исследованию аудиовизуального контента, трудно поддающийся тиражированию и универсальному использованию, поэтому выработка и апробация простых методик, пригодных для мониторинга дискурсов телеинформации, по-прежнему стоит на повестке дня.

Телевизионный текст в трехмерном измерении: выявление доминант

Важным качеством телевизионных сообщений является их *информационная насыщенность*. Визуализация информации спрессовывает смысл сообщения, информация хорошо откладывается в памяти; телевизионная информация поступает необратимо, параллельно по разным каналам чувственного восприятия и «заби-

вает» эти каналы, не оставляя времени на усвоение информации в полном объеме и осмысление ее в момент получения сообщения; этому способствует также фоновый режим восприятия телевизионного сообщения. Телевизионное изображение проникает непосредственно в мозг и дает иллюзию понимания смысла — на гипнотический эффект телевизионного изображения указывал еще Маклюэн [McLuhan, p. 13], об этом писал на заре телевизионной эпохи В. С. Саппак [Саппак, с. 141–142]. Т. З. Адамьянц отмечает, что в телевизионной форме любая мысль, даже нечеткая, становится вещественной и чаще всего кажется автору очень значительной [Адамьянц, 1994, с. 20]. Все эти качества указывают на природную *компрессионность* телевизионного текста, которая дает возможность целенаправленного формирования смыслов и дискурсов с помощью акцентов, или *доминант*. Исследователи визуальных искусств выделяют вслед за Эйзенштейном кадры — аттракционы, в которых сконцентрирован главный образ, авторская идея. А. И. Липков классифицирует аттракционы по содержанию, эффекту (рекорд, красота, уродство, диковина, чудо, тайна, казус, запрет, скандал, риск, смерть, жестокость, катастрофа) и указывает, что первоначально прием возникает непреднамеренно, как прааттракцион, а когда эффект оказывается востребованным, происходит его тиражирование [Липков, с. 35–37]. «Аттракцион — вот приманка, чтобы увидели, услышали, остановились» [Липков, с. 33]. При этом он обращает внимание на так называемые «аттракционные точки», например глаза, которые обладают особой притягательностью [Липков, с. 125–127]. А. А. Новикова подчеркивает значение крупного плана: «Крупные планы плюшевого мишки или сломанной гитары на развалинах взорванного дома запоминаются надолго и передают дух трагедии гораздо ярче, чем любые комментарии или статистические данные» [Новикова, 2008, с. 99]. Интерес к смысловым доминантам демонстрировали и практики ТВ. Создатели программы «Свобода слова с Савиком Шустером» (НТВ), которая выходила в эфир с 2001 по 2004 г., фиксировали реакцию студийной аудитории на дискуссию с помощью ручных пультов, которые были в руках у каждого участника. В финале все могли увидеть положительную и отрицательную доминанту передачи — те высказывания, которые зрители поддержали, и те, которые вызвали отторжение. Фактически это были ключевые моменты передачи, в которых концентрировался смысл целого «текста».

Все это, по сути, несистемные примеры выявления *доминант* аудиовизуального текста, которые и формируют актуальные дискурсы. Метод *эмоционально-смысловых доминант* традиционно используется при психолингвистическом анализе художественных текстов, позволяя увидеть в них определенные акцентуации модели мира [Белянин]. Исследователи текста рассматривали в качестве смысловых доминант ключевые слова, которые обладают способностью свертывать содержание. В частности, А. И. Новиков считает типичным проявлением доминантности смысла «оперирование единицами типа ключевых слов, смысловых вех, опорных пунктов, создающих своеобразный “рельеф” формирующегося в сознании семантического пространства» [Новиков, с. 56].

Т. З. Адамьянц подчеркивает связь смысловой доминанты с интенцией коммуникатора: «...любой текст — это целостное объединение неравнозначных, но одинаково ценных для донесения интенции коммуникативных единиц» [Адамьянц, 2009а]. Она указывает, что коммуникативные намерения автора оказывается за-

труднительно донести, казалось бы, без не очень важных компонентов — музыки в радиопостановке, жестов и мимики в декламации и т. д. Более того, подчеркнем, что такие элементы, как, в частности, интонация, могут кардинально менять значение вербального ряда. Для иллюстрации приведем пример из книги Д. Матисона, который, демонстрируя формирование дискурсов в прессе, цитирует сообщение:

«Вчера, спустя 13 лет после происшествия, был приговорен к пожизненному заключению работник ярмарочной площади, который, находясь под влиянием жестокого культового фильма “Заводной апельсин”, до смерти избил двух своих друзей». (BirminghamPost, 11 December 2003, 9).

В комментарии исследователь утверждает, что текст акцентирует внимание на легитимности судебного процесса и на нелегитимности физического насилия. [Матисон, с. 35]. Тем не менее значение новости может измениться в устном варианте: интонационное выделение «спустя 13 лет» подчеркнет медлительность правосудия в сопоставлении с тяжестью преступления.

Роль интонации возрастает в связи с фоновым восприятием аудиовизуального текста, особенно новостного [Ломыкина, Утилова]. В реализации смысловых отношений участвуют все элементы интонации: смысловое (фразовое) ударение, пауза, темп, мелодика. Основные типы логических отношений в тексте, которые передаются интонацией, — это *перечисление, разъяснение, развитие, противопоставление, причинно-следственные отношения, сопоставление, заключение, разрыв*. [Артоболевский, с. 81–86]. Использование смысловых контуров традиционно входило в подготовку дикторов советской школы и способствовало приданию звучащему тексту определенного и однозначного смысла. Например, фраза «*В этом доме живут и молодые, и старые*», произнесенная с интонацией перечисления, будет означать «дом для всех», а с интонацией противопоставления — «место потенциальных конфликтов»; произнося фразу «*Россия огромная и богатая страна. В ней так много талантливых, незаурядных умов!*» с интонацией перечисления, журналист просто расхваливает страну, а используя интонацию разъяснения, укажет, что главное ее богатство — незаурядные люди.

Известно, что интонация может уничтожить слово, а изобразительный ряд может уничтожить и слово, и интонацию — достаточно показать недоверие, скуку, усмешки слушателей для того, чтобы изменить смысл произносимого в кадре и отношение к нему аудитории. Описывая роль монтажа при создании телевизионного произведения, Н. И. Утилова отмечает: «Фраза может равняться изобразительной фразе, может быть длиннее ее, а может быть короче. И каждый раз мы будем по-разному воспринимать как ее смысл, так и ощущать ее пространственную характеристику» [Утилова, с. 41].

Происходит это потому, что, несмотря на линейное развертывание во времени, телевизионный текст *нелинеен*, он может рассматриваться как «коммуникативно-познавательная единица», определяемая коммуникативной интенцией, которая составляет ее «смысловое ядро (смысловую доминанту)» [Адамыанц, 2009б, с. 226].

На уровне производства аудиовизуальной информации доминанта текста имеет трехмерное измерение: слово — звук (интонация) — изображение. Не случайно, описывая элементы телевизионного репортажа, Б. Бесс и Д. Дезормо отмечают следующие особенности соединения слова и изображения: *взаимоуничтожение*

(3 – 3 = 0) — изображение противоречит слову; взаимоотноуждение (3 : 3 = 1) — текст доминирует, подчиняя изображение; повтор (3 + 3 = 6) — текст и видео повторяют друг друга; взаимоусиление (3 × 3 = 9) — текст и видео дополняют друг друга. Такой подход дает возможность оценить сообщение в его трехмерности. [Бесс, Дезормо, с. 69–73].

Таким образом, элементы формирования эмоционально смысловой доминанты аудиовизуального текста располагаются в его трехмерном пространстве и представляют собой ключевые слова и кадры, которые существуют во взаимном усилении, в том числе благодаря композиции/структуре материала.

Акцентуация происходит различными средствами:

- визуальными — крупный план, взгляд в камеру, значимый жест, мимика, выразительный план, неожиданный ракурс, соединение нескольких визуальных рядов (эффект интерфейса);
- вербальными — лексика и синтаксис текста, интонация (смысловые ударения, мелодика, темп, паузы);
- аудиальными — музыка, шумы; отсутствие музыки, шумов;
- композиционными — повторы, эмоциональные синхроны, лайфы, известные персоны в кадре, анонсы и шпигели, которые привлекают внимание к ключевым моментам текста.

Дискурс медицинской информации в телевизионных новостях государственного канала: апробация метода

Метод эмоционально-смысловых доминант был опробован при анализе новостных телесюжетов Первого канала, НТВ, Пятого канала (44 материала, сентябрь–ноябрь 2014 г.), посвященных достижениям медицины [Медиа в современном мире..., с. 336–338]. Исследование было выполнено в рамках курсовой работы студентки 4-го курса О. А. Тарасовой под научным руководством автора данной статьи, работа стала финалистом II Международного конкурса молодых исследователей Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» в марте 2015 г. (<http://jf.spbu.ru/studkonf/5714.html>). Помимо интонационно-лексического и композиционного анализа проводилась оценка видеоряда в аспекте его связи с доминантами текста. При выявлении доминант использовался метод наблюдения; материалы были записаны и анализировались покадрово с выявлением смысловых акцентуаций.

Как отмечает Н. Ю. Ломыкина, в информационном вещании ограничены возможности проксемики и жеста, при этом усиливается значение интонации — мелодики, вариативности темпа [Ломыкина, с. 24–25]. В исследуемой тематической нише удалось выделить ряд характерных доминант: результативность современной отечественной медицины, ее преимущество перед западной медициной, ее доступность.

Это проявляется, в частности, в акцентуации противопоставлений — на композиционном, лексическом, интонационном уровне: до лечения — после лечения, сейчас — в будущем; раньше — теперь, у нас — за границей.

За границей используется химический метод детекции, он сложный, дорогостоящий и, самое главное — он не всегда дает воспроизводимость результата. Наш метод

простой, и для его проведения требуется достаточно мало оборудования (Первый канал. «Новосибирские ученые разработали метод ранней диагностики онкозаболеваний по анализу крови». 26.09.2014).

Отмечено, что такое противопоставление используется лишь в случае превосходства отечественной технологии. Журналист подчеркивает лексическую антитезу с помощью интонации.

Сопоставление смысловых ударений с визуальным рядом дало возможность выявить следующую роль доминант: упрощение сложных медицинских процессов (использования графических схем, рисунков, визуальных ассоциаций). В материале Первого канала «Новосибирские ученые разработали метод ранней диагностики онкозаболеваний по анализу крови» (27.09.14) зритель видит схематичное изображение молекулы ДНК и разрезающего фермента. В тексте фермент сравнивают с *портным*, в графическом изображении он предстает в виде *ножниц*, за счет чего происходит визуализация сравнения.

Ассоциативный видеоряд используется для расширения и усиления смыслов: символом неразрешенных проблем в области здравоохранения чаще всего является пожилая женщина-пациентка, одиноко идущая по коридору клиники, символ времени — часы либо капельница, если журналист говорит о развитии медицины в будущем, то в кадре часто появляются пациенты-дети как представители будущего страны.

Роль эмоционально-смысловых доминант успешно выполняют эмоциональные лайфы и синхроны с героями:

Как мне сказал доктор, завтра я уже буду ходить. Болей никаких, т. е. это чудо! (НТВ. «Хирургия на автопилоте». 06.11.2014).

Характеристика нового способа лечения через восторженную оценку пациента, испытавшего на себе данный метод, придает соответствующий смысл новому медицинскому открытию. Канвой подобных сюжетов, по наблюдениям, чаще всего становится реальная история человека, рассказанная по «сказочным» канонам — с шокирующей завязкой и счастливой концовкой.

Примененный метод позволил обозначить основной дискурс медицинской информации в выпусках телевизионных новостей: достижения отечественной медицины очевидны и доступны населению. Воплощаясь в конкретных приемах презентации аудиовизуальной информации, дискурс обеспечивает коллективное понимание явления аудиторией, и данный процесс можно проследить. Таким образом, мы полагаем, что выделение эмоционально-смысловых доминант является релевантным методом исследования ТВ дискурсов. Чтобы упростить его применение, представляется целесообразной разработка алгоритма выявления видео- и аудиальных акцентуаций текстов для цифровой обработки материалов.

Вместе с тем нельзя не учитывать, что в коммуникативном акте окончательный смысл является внешним по отношению к тексту, поскольку связан с актуализацией прошлого опыта, знания, оценочно-эмоциональных компонентов сознания воспринимающей личности [Новиков]. При этом ТВ текст актуален, встроен в определенные временные актуальные контексты и дискурсы, а значит, методики анализа только контента (текста, совокупности текстов, аудиовизуального потока) не дают

полного представления о результате коммуникации — понимании сообщения реальным адресатом, целевой аудиторией, разными аудиториями.

Данные методики, по сути, способствуют исследованию понимания текста журналистом, коммуникатором, в широком смысле этого слова (уровень производства), а также выявлению коммуникативных *интенций* и смыслов при экспертном анализе, определению задаваемых социуму дискурсов. Наиболее полным представляется комплексный сопоставительный анализ текстов — с привлечением исследований восприятия аудитории (уровень потребления) и дальнейших интерпретаций.

Литература

- Адамьянц Т.З. Мотивационно-целевой анализ телепередачи. Формула успеха телепередачи. М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1994. 122 с.
- Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации. М., Дрофа, 2009а. 205 с.
- Адамьянц Т.З. Между знанием и пониманием (феномен понимания в семиосоциопсихологической парадигме) // Мир психологии. 2009б. № 3. С. 223–231.
- Артоболовский Г.В. Художественное чтение. М.: Просвещение, 1978. 240 с.
- Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
- Белянин В.П. Психолингвистические аспекты художественного текста. М.: МГУ, 1988. 121 с.
- Бережная М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах социальной журналистики. СПб.: СПбГУ, 2009. 330 с.
- Бережная М.А., Корконосенко С.Г. Социальные неравенства: подходы СМИ и ожидания общества // Век информации. 2015. № 3. С. 32–34.
- Бесс Б., Дезормо Д. Построение телевизионного репортажа. М.: Галерея, 2004. 124 с.
- Гуковская А.А. Проблемы формирования финансово-экономического поведения населения // Вестник РГГУ. Сер. Экономические науки. 2014. № 21. С. 99–107.
- Дейк Т. ван Язык. Познавание. Коммуникация / под ред. В.И. Герасимова. М.: Прогресс, 1989. 310 с.
- Евстафьева А.В. «Язык вражды» в средствах массовой информации: лингвистические и экстралингвистические факторы функционирования: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2009. 24 с.
- Липков А.И. Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона. М.: Наука, 1990. 240 с.
- Ломыкина Н.Ю. Просодические характеристики речи телеведущих (на материале программ социально-культурной тематики: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 25 с.
- Маркова А.В. Дискурс речевой палитры семейных ситкомов на современном российском телевидении // Вестник Челябинск. гос. акад. культуры и искусств. 2014. № 2 (38). С. 109–113.
- Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиатекстов. Харьков: Гуманитарный центр, 2013. 264 с.
- Медиа в современном мире. Молодые исследователи: матер. 14-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов, 11–13 марта 2015 года. / под ред. М.А. Бережной; сост. А.Н. Марченко. СПб.: СПбГУ, 2015. 526 с.
- Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях. Владимир: ВГГУ, 2009. 144 с.
- Новиков А.И. Текст и его смысловые доминанты. М.: ИЯ РАН, 2007. 224 с.
- Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: ВШЭ, 2013. 236 с.
- Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алетейя, 2008. 208 с.
- Российский медиаландшафт: телевидение, пресса, Интернет. URL: <http://www.levada.ru/17-06-2014/rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet> (дата обращения: 15.08.2015).
- Российское телевидение: между спросом и предложением: в 2 т. / под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирья. М.: Элиткомстар, 2007. 328 с.
- Саптак В.С. Телевидение и мы. М., Искусство, 1963. 182 с.
- Суленева Н.В. Постмодернистские коды: от молчащего слова к звучащей речи. Челябинск: Челябинск. гос. акад. культуры и искусств, 2007. 243 с.

- Суленева Н. В. Современная телевизионная режиссура в аспекте работы над художественным текстом: автореф. дис. ... д-ра культурологии. Ярославль, 2010. 46 с.
- Утилова Н. И. Природа аудиовизуального творчества. Язык и образная система телевидения: автореф. дис. ... д-ра искусствоведения. М., 2000. 54 с.
- McLuhan H. M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. N. Y.: McGraw Hill Publ., 1964. 359 p.

Для цитирования: Бережная М. А. Доминанты аудиовизуального текста в аспекте исследования ТВ-дискурсов // Вестник СПбГУ. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2016. Вып. 3. С. 147–156. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2016.317.

References

- Adam'iants T. Z. *Motivatsionno-tselevoi analiz teleperedachi. Formula uspekha teleperedachi* [Motivation and Target Analysis of TV Programmes. Formula of Success of TV Programme]. Moscow, Institute povysheniia kvalifikatsii rabotnikov televideniia i radioveshchaniia Publ., 1994. 122 p. (In Russian)
- Adam'iants T. Z. *Sotsial'nye kommunikatsii* [Social Communications]. Moscow, Drofa Publ., 2009. 205 p. (In Russian)
- Adam'iants T. Z. Mezhdz znaniiem i ponimaniem (fenomen ponimaniia v semiosotsiopsikhologicheskoi paradigme) [Between Knowledge and Understanding (Phenomenon of Understanding in Semio-Socio-Psychological Paradigm)]. *Mir psikhologii* [The World of Psychology], 2009, no. 3, pp. 223–231. (In Russian)
- Artobolevskii G. V. *Khudozhestvennoe chtenie* [Literal Reading]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 1978. 240 p. (In Russian)
- Arutiunova N. D. Diskurs [Discourse]. *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [Encyclopedic Dictionary of Linguistics]. Ed. by V. N. Iartseva. Moscow, Sovetskaiia entsiklopediia Publ., 1990, pp. 136–137. (In Russian)
- Belianin V. P. *Psikholingvisticheskie aspekty khudozhestvennogo teksta* [Psycholinguistic Aspects of Literal Text]. Moscow, Moscow State Univ. Press, 1988. 121 p. (In Russian)
- Berezhnaia M. A. *Problemy sotsial'noi sfery v algoritmakh sotsial'noi zhurnalistiki* [Social Sphere in Algorithms of Social Journalism]. St. Petersburg, St. Petersburg Univ. Press, 2009. 330 p. (In Russian)
- Berezhnaia M. A., Korkonosenko S. G. Sotsial'nye neravenstva: podkhody SMI i ozhidaniia obshchestva [Social Inequality: Mass Media Approaches and Society Expectations]. *Vek informatsii* [Information Age], 2015, vol. 3, pp. 32–34. (In Russian)
- Bess B., Dezormo, D. *Postroenie televizionnogo reportazha* [Making TV Report]. Moscow, Galeriia Publ., 2004. 124 p. (In Russian)
- Deik T. van *Iazyk. Poznanie. Kommunikatsiia* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress Publ., 1989. 310 p.
- Gukovskaia A. A. Problemy formirovaniia finansovo-ekonomicheskogo povedeniia naseleniia [Issues of Forming Financial and Economic Behaviour of Population]. *Vestnik RGGU. Ekonomika. Upravlenie. Pravo* [RSUH/RGGU Bulletin. Economics. Management. Law], 2014, vol. 21, pp. 99–107. (In Russian)
- Evstaf'eva A. V. "Iazyk vrazhdy" v sredstvakh massovoi informatsii: lingvisticheskie i ekstralingvisticheskie faktory funktsionirovaniia ["The Language of Enmity" in Mass Media: Linguistic and Extra-Linguistic Factors of Functioning]. Thesis of PhD diss. (Philology). Tambov, 2009. 24 p. (In Russian)
- Lipkov A. I. *Problemy khudozhestvennogo vozdeistviia: printsip attraktsiona* [Issues of Literal Influence: Attraction Principles]. Moscow, Nauka Publ., 1990. 240 p. (In Russian)
- Lomykina N. Iu. *Prosodicheskie kharakteristiki rechi televedushchikh (na materiale programm sotsial'no-kul'turnoi tematiki* [Prosodic Characteristics of TV Presenters (Based on the Material of Programmes on Social and Cultural Topics)]. Thesis of PhD diss. (Philology). Moscow, 2006. 25 p. (In Russian)
- Markova A. V. Diskurs rechevoi palitry semeinykh sitkomov na sovremennom rossiiskom televidenii [Discourse of Speech Palette of the Family Sitcoms in Modern Russian TV]. *Vestnik Cheliabinsk. gos. akad. kul'tury i iskusstv* [Herald of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts], 2014, vol. 2 (38), pp. 109–113. (In Russian)
- Matson D. *Media-diskurs. Analiz mediatekstov* [Media-Discourse. Analysis of Media Texts]. Khar'kov, Gumanitarnyi tsentr Publ., 2013. 264 p. (In Russian)
- McLuhan H. M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, McGraw Hill Publ., 1964. 359 p.

- Media v sovremennom mire. Molodye issledovateli* [Media in the Modern World. Young Researchers]. Proceedings of the 14th International Conference of Undergraduate, Graduate and Post-Graduate Students, March 11–13, 2015. Ed. by M. A. Berezhnaia. St. Petersburg, St. Petersburg Univ. Press, 2015. 526 p. (In Russian)
- Negryshev A. A. *Aspekty rechevogo vozdeistviia v novostiakh* [Aspects of Verbal Influence in News]. Vladimir, Vladimir State Univ. for the Humanities Publ., 2009. 144 p. (In Russian)
- Novikov A. I. *Tekst i ego smyslovye dominanty* [Text and its Meaning Dominants]. Moscow, Institute of Linguistics (Russian Academy of Sciences) Press, 2007. 224 p. (In Russian)
- Novikova A. A. *Televizionnaia real'nost': ekrannaia interpretatsiia deistvitel'nosti* [TV Reality: Screen Interpretation of the Reality]. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2013. 236 p. (In Russian)
- Novikova A. A. *Sovremennye televizionnye zrelishcha: istoki, formy i metody vozdeistviia* [Modern TV Sights: Origins, Forms and Methods of Influence]. St. Petersburg, Aleteiia Publ., 2008. 208 p. (In Russian)
- Rossiiskii medialandshaft: *televidenie, pressa, Internet* [Media Landscapes: TV, Press, Internet]. Available at: <http://www.levada.ru/17-06-2014/rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet> (accessed: 15.08.2015). (In Russian)
- Rossiiskoe televidenie: *mezhdru sprosom i predlozheniem: v 2 t.* [Russian TV: Between Offer and Demand. In 2 Vols]. Eds. A. G. Kachkaeva, I. V. Kiria. Moscow, Elitkomstar Publ., 2007. 328 p. (In Russian)
- Sappak V. S. *Televidenie i my* [TV and We]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1963. 182 p. (In Russian)
- Suleneva N. V. *Postmodernistskie kody: ot molchashchego slova k zvuchashchei rechi* [Post-Modernist Codes: From Silent Word to Speech]. Cheliabinsk, Cheliabinsk State Academy of Culture&Arts Publ., 2007. 243 p. (In Russian)
- Suleneva N. V. *Sovremennnaia televizionnaia rezhissura v aspekte raboty nad khudozhestvennym tekstem* [Modern TV Directing and Literal Text]. Thesis of postdoc diss. (Culture Studies). Iaroslavl', 2010. 46 p. (In Russian)
- Utilova N. I. *Priroda audiovizual'nogo tvorchestva. Iazyk i obraznaia sistema televideniia* [Nature of Audio-Visual Creation. TV Language and Imagery System]. Thesis of postdoc diss. (Arts). Moscow, 2000. 54 p. (In Russian)

For citation: Berezhnaia M. A. Dominants of Audiovisual Text in the Aspect of TV Discourses Research. *Vestnik SPbSU. Series 9. Philology. Asian Studies. Journalism*, 2016, issue 3, pp. 147–156. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2016.317.

Статья поступила в редакцию 28 августа 2015 г.

Статья рекомендована в печать 28 марта 2016 г.

Контактная информация:

Бережная Марина Александровна — доктор филологических наук, профессор;
marinaberezhnaya@mail.ru

Berezhnaia Marina A. — Doctor of Philology, Professor; marinaberezhnaya@mail.ru